



**You have downloaded a document from
RE-BUS
repository of the University of Silesia in Katowice**

Title: O dialogu z widzem w polskiej neotelewizji publicznej : paratekst jako składnik strumienia telewizyjnego

Author: Iwona Loewe

Citation style: Loewe Iwona. (2012). O dialogu z widzem w polskiej neotelewizji publicznej : paratekst jako składnik strumienia telewizyjnego. W: M. Kita, I. Loewe (red.), "Język w mediach : antologia" (S. 238-253). Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersYTET ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

Iwona Loewe

O dialogu z widzem w polskiej neotelewizji publicznej Paratekst jako składnik strumienia telewizyjnego*

Wielość i różnorodność informacji, z jakimi ma do czynienia codziennie współczesny człowiek, powoduje, że problemem dzisiaj nie jest posiadanie danej porcji wiedzy i wiadomości, lecz umiejętność ich selekcja. Wartością samą w sobie staje się dobrze zorganizowany aparat selekcyjny, coś więc nieuchwytnego, pewnie także słabo do tej pory kształconego. Już w latach osiemdziesiątych Umberto Eco pisał: „To wspaniałe — mieć tak dużo informacji do dyspozycji [...]. Najpierw trzeba się nauczyć korzystania z informacji, a następnie używania jej z umiarem. Chodzi bez wątpienia o jeden z problemów wychowawczych nadchodzącego stulecia” (Eco 1994). Nowy wiek nadszedł zatem z całą paletą przekazników podających informacje wybrane z doniesień agencyjnych (prasa, radio, telewizja), z siecią komputerową umożliwiającą czerpanie bezpośrednio z agencji informacyjnej danych na ten sam temat i samodzielne ich selekcjonowanie. Wybór w ogóle (nie rozstrzygamy na razie, czy wybór dobry) staje się dzisiaj jaskrawym problemem: od banalnego pytania o sklep, hipermarket, firmę, bank, samochód, szkołę po wybór stacji radiowej, telewizyjnej, tytuł czasopisma budowlanego itd.

Niniejszy tekst chcę poświęcić takim werbalnym zachowaniom medialnym, które mają pomóc dokonywać właściwych wyborów lub wyborów w ogóle. Tego rodzaju mechanizmy są coraz dobitniejsze; w moim przekonaniu można mówić dziś o ich ekspansywności. W tym artykule ograniczę się tylko do jednego medium — telewizji publicznej, proponując przegląd jej paratekstów¹.

* KITA M., GRZENIA J., red., 2004: *Dialog a nowe media*. Katowice.

¹ O paratekstach innych dyskursów pisałam w: LOEWE 2004a; 2004b.

Odkąd Gérard Genette uchwycił relacje międzytekstowe (sięgając do wcześniejszych ustaleń teoretyków) w kategoriach inter-, hiper-, archi-, meta- i paratekstowości, teoria literatury bada „wszystko, co wiąże [tekst — I.L.] w sposób widoczny bądź ukryty z innymi tekstami” (GENETTE 1982: 317). Najbardziej zaawansowane badania literaturoznawcze dotyczą intertekstualności i metatekstu, mnie zaś interesuje relacja para-. W odniesieniu do postaci dzieła literackiego, jakim jest książka, paratekstem są: tytuły, przedmowy, wstępy, wkładki reklamowe itd. — „wszystkie sygnały dodatkowe, pióra autora lub innych osób, tworzące otokę tekstu” (GENETTE 1982: 320).

Zarówno tę relację, jak i sam termin chciałabym zaadaptować do medioznawstwa i językoznawstwa równocześnie. Jeśli bowiem rozumieć paratekstualność jako towarzyszenie („otokę”), a nie jako podrzędność, to każdy tekst — nie tylko książka — ma swój tekst towarzyszący. Paratekst dziś wydaje się konieczny, jeśli tekst ma przynieść jego autorowi/wydawcy/producentowi/pośrednikowi wymierną korzyść. To właśnie paratekst służyć może doskonale orientacji w obfitości dóbr kulturowych, nawet popkulturowych, bo o tych przede wszystkim tak naprawdę dziś się rozmawia. Przenosząc więc paratekst na grunt telewizji publicznej i akceptując powyższe jego rozumienie, za otokę właściwych tekstów telewizyjnych uznaję teksty, które zapowiadają, wprowadzają, poprzedzają program na antenie, a zwane są zapowiedziami, zajawkami lub forszpanami (GODZIC 1999). Ze względu na ich definicyjną w moim rozumieniu cechę temporalną — występowanie przed tekstem właściwym — można je nazwać pre-tekstami. Chcąc połączyć — wpierw mentalnie, potem realnie — widza z tekstem właściwym (programem publicystycznym, filmem dokumentalnym, fabularnym, widowiskiem itd.), prowadzą dialog z oboma: nawiązują bezpośrednio do programu i zwracają się z tą propozycją do widza. Taka dwukierunkowa relacja pre-tekstów jest typowa dla nich w ogóle, nie tylko w pre-tekstach telewizyjnych (por.: nota wydawnicza kieruje czytelnika ku książce, zwiastun — widza ku filmowi kinowemu, lid — czytelnika ku artykułowi prasowemu itd.).

Pre-teksty w telewizji nie stanowią monolitu: jak urozmaica się sam program telewizyjny, tak urozmaica się i forszpany. W związku z przemianami w telewizji lat osiemdziesiątych w Europie Zachodniej, a lat dziewięćdziesiątych w Polsce zaszły zmiany także w sposobie prezentowania pre-tekstów, ich miejscu w strumieniu, języku, kompozycji i funkcji.

Neotelewizja

W roku 1990 na przykładzie francuskiej i włoskiej telewizji Francesco Casetti i Roger Odin przedstawili wizję przemiany paleotelewizji w neotelewizję. Jako cechy strumienia paleotelewizji autorzy ci podali m.in. podporządkowującą funkcję ramówki programowej, którą publikuje prasa, „co umożliwia widzowi dokonanie wyboru i przygotowanie się do wykonania operacji produkowania znaczeń i emocji związanych z umową komunikacyjną odpowiednią dla danego programu” (CASETTI, ODIN 1994: 119). Dziś właśnie ze względu na przemiany prezentowania ramówki i istnienia strumienia możemy mówić o innej telewizji, być może neotelewizji. Chodzi mianowicie o to, że ramówka drukowana w prasie stanowi orientację w strumieniu programowym, nie podporządkowuje jednak widza temu strumieniowi i nie jest w stanie przygotowywać odbiorcy do przyjęcia mentalnej postawy wobec danego programu w telewizji. Właściwością zaś neotelewizji jest dążenie do uczestniczenia w życiu codziennym widza, stąd współcześnie w mediach występują inne formy paratekstów. Najjaskrawszym (pewnie w tym kontekście także negatywnym) przejawem nieustannej obecności telewizji u widza, ale i widza przy odbiorniku są: wysoka repetytywność niektórych zajawek w programie oraz wytworzenie sytuacji „już za chwileczkę, już za momencik” — czy zapowiada się program emitowany za kilka dni, godzin czy wreszcie istotnie za parę chwil.

W neotelewizji przestaje się mieć obraz dziennej ramówki programowej, gdyż zapowiedzi i zajawki najczęściej grupują programy co najwyżej w trójki, co jeszcze dalej nie oznacza, że są to programy bezpośrednio po sobie następujące. Może być bowiem tak, że prezentuje się trzy kolejne filmy fabularne, dokumentalne, trzy kolejne (w dniu, tygodniu, w ciągu trzech dni) cykle programowe i tak dalej w różnych kombinacjach. Co ważne — kombinacje te w publicznej neotelewizji nie są stałe na tyle, byśmy zdołali jako odbiorcy znudzić się nimi; tak jak w każdym programie telewizyjnym (chyba i medialnym w ogóle) dąży się do efektu zaskoczenia.

Pre-teksty są na tyle atrakcyjnymi elementami tworzącymi strumień telewizyjny, że w ekstremalnym ujęciu można powiedzieć, iż program telewizyjny został umieszczony w neotelewizji między wstawkami (por. CASETTI, ODIN 1994: 128). Za wstawki najlepiej charakteryzujące współczesne media i najlepiej zrobione medioznawcy uznają reklamy. Według, przykładowo, Ewy BANASZKIEWICZ (1994: 107) „reklama to nie tyle gatunek telewizyjny, co sama telewizja. [...] To gatunek, który tworzy własne segmenty, [...] ale także wszystko, co znajduje się w obrębie strumienia” (por. LOEWE 1997; 2001). Te konstatacje daje się przypisać — w moim przekonaniu — pozostałym częściom wstawek w strumieniu neotelewizji, czyli pre-tekstom. Występują one zawsze w bezpośrednim kontekście zarówno programu telewizyjnego, jak i reklamy.

Przemiany paleo- w neotelewizję łatwo obserwować zwłaszcza na przykładzie paratekstów, zauważając różnorodność ich typów oraz specyfikę jako dyskursu. Lata siedemdziesiąte i jeszcze osiemdziesiąte w polskiej telewizji publicznej to czas spikerów — Krystyny Loski, Jana Suzina, Edyty Wojtczak, którzy porządkowali strumień, przedstawiając program na dziś lub jutro, co znaczyło odczytanie godziny, tytułu, charakterystyki gatunkowej. Ich rola ponadto polegała na eleganckim zaproszeniu do oglądania programu jako całości. Inną formą przedstawienia ramówki była plansza z tymi samymi danymi i odczytanie ich przez znany głos telewizyjny. Ta forma paratektu pozostała notabene jeszcze w telewizjach kablowych (ograniczona nawet do samej planszy). Przeszłością chyba już jest funkcja „spikera”, który przyjął rolę „prezentera”, starającego się w przedstawianiu fragmentu ramówki imitować tekst improwizowany. To implikuje pojawianie się elementów mowy potocznej, takich jak powtarzanie, urywanie, wskaźniki fatyczne, emocjonalizacja tekstu albo przekaz pozawerbalny, mowa ciała, gestów, mimika itd.

Typologia pre-tekstów

Dostępny mi materiał publicznej Jedynki i Dwójki pozwala na wyodrębnienie następujących typów pre-tekstów:

- zjawka z fragmentem programu, głosem narratora w tle, zwieńczona planszą z informacją: co, o której, gdzie;
- zjawka programu z jego fragmentem i zaproszeniem autora;
- zapowiedź prezentera omawiająca krótko program (bywa, że z jego fragmentem) i zapraszająca do oglądania;
- fabularyzowane zapowiedzi różnych programów z udziałem popularnych aktorów występujących w telewizji;
- zapowiedzi w formie dialogu między tzw. przedstawicielami telewizji lub tychże z zaproszonymi gośćmi.

Przyjmuję, że wymienione typy paratekstów są kodowane niemal poza wolą i świadomością widza; percypuje się je, chcąc, nie chcąc. Stanowią ważny element mozaiki medialnej, którego przygotowaniu warto poświęcić energię i czas, bo od niego zależy obecność widza przed ekranem w dalszej części programu. Zgadzam się z Tadeuszem MRCZKĄ (2000: 57), który o paratekstach pisał m.in. tak: „[...] swobodna gra stylów, tematów, motywów, gatunków, rodzajów, form, ikon i wszelkiego typu technik [...] sprzyja produkcji »dzieł otwartych«. [...] Taki charakter mają w zasadzie wszystkie te przekazy audiowizualne, którym poświęca się najwięcej czasu”. Spróbuję zatem scharakteryzować język i dominanty stylowe pre-tekstów,

mając na uwadze ich funkcję towarzyszenia innym tekstom, kolażowość, a mimo to zbliżając się do poglądu o ich statusie generycznym.

Zajawki z głosem narratora

Nie przez przypadek ten typ zostaje przeze mnie wymieniony jako pierwszy w kolejności. Jest to najliczniejszy współcześnie pre-tekst, a ponadto z centrum typologii, ma bowiem dominującą cechę komunikatywną — podaje informacje o programie w najprecyzyjniejszy sposób. Klasyczną formą zajawki jest głos narratora z offu, fragment programu (rozcłonkowany na jeszcze mniejsze, przerywane głosem narratora) oraz plansza z tytułem i godziną nadania.

Najobszerniejszą wersją zajawki jest **streszczenie** programu w kilku zdaniach, np.:

Oto szpital wszystkich świętych. Bycie dobrym lekarzem nie ogranicza się tu do zdawania egzaminów. Trzeba rozumieć ludzi. Tu codziennie toczy się walka z bólem, chorobą i strachem. Tu łączą się losy lekarzy i pacjentów.

Jeżeli nadawca zdecyduje się rozerwać zwarty tekst, powstają nienaturalnie **lakoniczne zdania**, struktury czasem przypominające zawiadomienia czy równoważniki, np.:

Jugosławia. Lata stalinowskiego terroru, [fragment filmu] Ojciec Malika trafia do więzienia, [fragment filmu] Miłość, w którą wtargnęła polityka, [fragment filmu] „Tata w podróży służbowej” w cyklu Kocham Kino.
Ważyla niewiele ponad 2 kg i mierzyła 37 cm. [fragment filmu] Louisa jest dziś 16-latką. [fragment filmu] Niewiele urosła przez te lata. [fragment filmu] Mierzy 87 cm. Wyższa już nie będzie.

Zabiegami składniowymi o funkcji perswazyjnej są: użycie **zdań warunkowych**, np.:

Jeśli masz wilczy apetyt na miłość, obejrzyj walentynkowy koncert zespołu Wilki.

oraz retoryczne enumeracje w postaci **ciągów trójelementowych**, np.:

Chciał mieć dom, zrobić karierę, mieć ładną żonę...
Tu codziennie toczy się walka z bólem, chorobą i strachem.

Nad miłością narodu do przywódcy czuwa specjalnie powołane ministerstwo, a w nim departament pomników Saddama, departament portretów Saddama, departament pierwszej pieśni o Saddamie...

Funkcję fatyczną spełniają **pytania**, które zasiewają niepokój, bo mają obnażać niewiedzę odbiorcy, pozwalają równocześnie na bezpośredni zwrot do widza, np. *Wiesz, co zrobić, gdy zostaniesz świadkiem wypadku?* Ewidentnie zjednują zaś odbiorcę formy czasownika w drugiej osobie liczby pojedynczej, np. *Czy masz wilczy apetyt na miłość?*, czy wreszcie w familiarnej pierwszej osobie liczby mnogiej, np. *Dowiemy się, co warto przeczytać.*

„Neotelewizja nie jest już przestrzenią edukującą, lecz przestrzenią wspólnego biesiadowania” (Casetti, Odin 1994: 123) — stąd owe formy redukujące dystans między nadawcą a odbiorcą. Nie są one tak wyraźne w innych typach pre-tekstów; zezwala być może na tę poufałość głos z offu. Obserwując przemiany radia, wydaje się jednak, że mamy do czynienia z realnymi zmianami w kontaktach oficjalnych, które przestają w mediach takimi być.

Pozostałe cechy zajawek są pochodną klasycznych zabiegów perswazyjnych, a zatem:

- używanie stopnia najwyższego przymiotników, np. *By dzień upłynął w centrum najważniejszych wydarzeń!; To przedszkole jest najfajniejsze!; Najlepsze filmy dokumentalne; Najlepsi lekkoatleci walczą w Brukseli;*
- obecność wieńczącej formuły finalnej, czyli sloganu, np. *Jedynie w Jedynce!; Jeszcze dziś w Jedynce!; Kino mocnych wrażeń!; Teleturnieje w Dwójce — najzdrowsza rywalizacja!;*
- słowa kluczowe dla telewizji w funkcji magicznej, czyli: *przebój; nowość!!! premiera! nowy niezwykły show; koszmar, thriller* itp.;
- ogniskujące zainteresowanie widza ważne nazwiska dla kultury medialnej, np. *Janusz Gajos w znakomitej roli nałogowego alkoholika; W roli głównej rewelacyjna Anna Seniuk; Piotr Machalica jako samotny myśliwy w nierównej walce.*

Niektóre zabiegi językowe w zajawkach zdradzają typowe zachowania propagandowe, np. tzw. **wielki kwantyfikator**: *Wszyscy się bawią, rysują i nikt nie robi nikomu krzywdy*, oraz używanie form imperatywnych poza sloganem, np. *Nie trać czasu! Wysł umysł w „Wielkiej grze”.*

Rozpiętość czasowa zajawek tego typu jest dość różna — od parudziesięciu sekund do 4 minut. Zawsze tempo czytania narratora, jak i wybranych urywków programów jest niezmiernie szybkie. Stąd zwięźceniem zajawek jest plansza z wyszczególnieniem tytułu programu, czasu emisji, często też specyfikacji gatunkowej. Praktyką także jest, by delimitować zajawki od reklam ramą dźwiękową w postaci dżingla właściwego po pierwsze stacji, po drugie okresowi w roku kalendarzowym. Plansza i dżingiel zmieniane są przed świętami Bożego Narodzenia, Wielkanocą, przed wakacjami i po nich. Zabiegi te idą w parze ze zmianami

w dźwiękowo-graficznej ramie delimitacyjnej reklamy, pre-teksty bowiem występują w strumieniu w następującym miejscu: program — reklama — zajawka — reklama — program.

Na przykładzie pre-tekstów z narratorem najlepiej widać, jak media „segmentyzują, fragmentaryzują i autonomizują materiał. [...] Poszczególne sekwencje są tak krótkie i szybkie, że trudno z nich układać narracyjne sensy, są to raczej impulsy produkowane i rozpraszane z intencją, by mogły się do czegoś przydać jako budulec” (PORCZAK 2003). W streszczaniu nie chodzi więc być może o narrację, w sekwencjach trójelementowych o symetryczność itd., ale jedynie „o ciągłe bombardowanie zmysłów” (PORCZAK 2003). Około 20 lat wstecz włoscy badacze mieli to samo wrażenie, toteż pisali: „[...] przekazy zachodzą na siebie w wyniku gry z przestrzenią filmowych zapowiedzi, które ukazują nam fragmenty programów” (CASETTI, ODIN 1994: 125; por. FEUER 1997).

Zajawki z udziałem autora programu

Ten typ pre-tekstów nie występuje jako samodzielny blok paratekstualny, znajduje się w bloku z typem omówionym wyżej lub po wprowadzeniu prezen-tera. Wydaje się, że do tego typu wybrane zostają programy, które pojawiają się regularnie o stałej mniej więcej porze oraz — co chyba jest ważniejsze — mają charyzmatycznego prowadzącego (autora). W materiale z Jedynki znalazły się tu audycje: *Plus Minus* Tadeusza Mosza, *Sprawa dla reportera* Elżbiety Jaworowicz, *Na żywo* Piotra Kraśki. Każdy z autorów występuje w zajawce w charakterystycznej dla siebie w programie pozie, mając za sobą tło z tegoż programu.

Na poziomie składni pojawiają się zdania złożone hipotaktycznie, np. *Gdy wyda-ry się coś, o czym będą mówić wszyscy, albo coś, o czym wcześniej nie chciał mówić nikt, my opowiemy o tym „Na żywo”*. Specyfika programu Kraśki (*talk-show*) implikuje pojawienie się znanego już **wielkiego kwantyfikatora** *wszyscy — nikt*. Także intonacja i mimika prezentującego zajawkę autora jest adekwatna do wypowiadanego tekstu i musi wzbudzać chęć usłyszenia o najnowszym bulwersującym wydarzeniu i obejrzenia reakcji dwóch antagonistycznych w nim stron. Tempo wypowiadania tekstu jest zauważalnie wolniejsze od tempa narratora i jest w stanie zatrzymać widza, do którego mówi się tekstem spójnym wewnątrznie o wyraźnych granicach. Elementem wińczącym są bowiem **metatekstowe** *zapraszam* albo w wersji implikującej emocje pozytywne *serdecznie zapraszam*. Natomiast formułą inicjującą tego typu zajawki są bezpośrednie zwroty do adresata, przy czym w opozycji do poprzedniego typu stanowią one wyraz **etykiety** obowiązującej w **stylu oficjalnym**, stąd *pro-*

szę Państwa. W wykonaniu Elżbiety Jaworowicz zwrot ten ma zawsze ponadto moc wskaźnika skierowującego, wbudowanego w zdanie, por.: *Kiedy — proszę Państwa — rok ma się ku końcowi, przychodzi moment...; No cóż — proszę Państwa — moja naiwność została skrytykowana...* Adresat tego programu zostaje także uwyrażniony w finale pre-tekstu: *Serdecznie Państwa zapraszam*.

Spójność pre-tekstów wynikać może z oczywistego nawiązania do fragmentu programu — zajawka jest niejako ciągiem dalszym: *W tej rywalizacji na razie nie ma zwycięzców... No tak, pompowanie pieniędzy. Ale do czyich kieszeni?* Pierwsze zdanie zajawki jest przedłużeniem tego, co widzimy wpierw na ekranie — środkiem łączącym staje się zaimek anaforyczny. W drugim zaś przypadku Jaworowicz użyła formuły akceptacyjnej: *No tak...*, która została w zajawce podważona poprzez rozpoczynające naprawdę pre-tekst *ale*.

Zajawki tego typu są koherentne ze swoim tekstem wyjściowym na poziomie strukturalnym, tematycznym, jak i semantycznym. Widać to najlepiej na przykładzie zajawek programu *Plus Minus*, który porusza kwestie ekonomiczno-finansowe, por.:

Najpopularniejsza waluta — dolar amerykański — raz jest mocniejszy, raz — słabszy od euro. Ale dla nas najważniejsze jest, że od 4 miesięcy kurs obu tych walut spada wobec złotego...

W każdym tekście pojawiają się elementy zdradzające indywidualne preferencje autora: kobieca serdeczność i elegancja prezentowania Jaworowicz, precyzja i ekscytacja Mosza w programie *Plus Minus* i niepokojący ton Kraśki. Skrajnym przykładem indywidualizacji (koniecznej dzisiaj, by wyróżnić się z tłą) jest zajawka Krzysztofa Skiby, por. *Za nami Kreta, za nami Krynica, Końjo i Skiba Cię tylko zachwyca. Jak przedłużyć sobie wakacje? Jest na to sposób. Dziękuję za uwagę!* Prowokacja, o jaką postarali się autorzy, jest widoczna w przełamaniu dystansu typowego dla takich zajawek, stąd forma drugoosobowa *Cię*, rymy częstochowskie czy wykorzystanie formuły pożegnalnej jedynie w funkcji delimitacyjnej, nie zaś etykietalnej. Znając jednak autorów *Wakacyjnej akademii Końja i Skiby*, widz jest przygotowany na dużą porcję autoironii i szokowania kiczem w programie, a więc dlaczego nie w jego zajawce.

Obligatoryjnym składnikiem zajawek jest tytuł programu, natomiast elementem specyfikującym je są formy nadawcze: pierwsza osoba liczby pojedynczej lub mnogiej (w zależności od liczebności osób odpowiadających imiennie za program). W manifestowanych strategiach nadawczo-odbiorczych są one grzeczniejsze od zajawek z narratorem; ukonkretnieni nadawca i odbiorca implikują stosowanie formuł etykietalnych. O ile grupa zajawek poprzedniego typu prezentowała formę biesiadowania, o tyle w tych z osobą autora częścią wspólną jest zaproszenie do uczestnictwa, a to ewokuje pewien dystans. I znów na przykładzie pre-tekstów

adekwatne staje się stanowisko włoskich badaczy na temat neotelewizji, w której „stwierdzenia ustępują miejsca pytaniom, dyskurs instytucjonalny — dyskursowi indywidualnemu [...], a prowadzący program przestaje być porte parole instytucji” (Casetti, Odin 1994: 121).

Zapowiedzi prezenterów

Ramówka programowa w strumieniu neotelewizji zostaje jakby reaktywowana najbardziej widocznie w zapowiedziach prezenterów (już nie spikerów, bo ich funkcja się zmieniła), którzy pojawiają się w zaaranżowanym studiu za stolikiem i stwarzając pozory takiego uczestnictwa w programie jak widza po drugiej stronie ekranu, referują plany programowe na najbliższe godziny, bywa, że dni. W zapowiedziach odczuwalne jest wspólne biesiadowanie poprzez kadrowanie całego studia jako przestrzeni niby-pokoju, a w nim w całości widoczny prezydent w wygodnej pozycji, werbalnie zaś biesiada jest obecna najbardziej w użyciu czasowników w pierwszej osobie liczby pojedynczej i mnogiej lub mnogich form zaimka dzierżawczego, por. *Zaczynamy wieczór, Dziś w naszym programie*.

Zapowiedzi prezenterów specyfikuje przede wszystkim rama **delimitacyjno-etykietalna** oraz **elementy metatekstowe** ograniczone do *rekomenduję, polecam, zapraszam*. Prezenterzy zatem w kolejności przedstawiają się (ewentualnie robi to za nich plansza): *Magda Mołek*; witają: *Witam państwa serdecznie*; polecają: *Ze stałych propozycji naszego programu polecam „Gościa Jedyńki”*; zapraszają przed telewizory (ale się nie żegnają!): *Serdecznie zapraszam* lub — perswazyjne — *Proszę koniecznie być z nami!*. W obszerniejszych prezentacjach dotyczących zapowiedzi na kolejne dni teksty te są skrupulatnie porządkowane, por.:

Proszę Państwa już w piątek rozpocznie się festiwal w Sopocie. [...] Najpierw coś o pierwszym dniu; O tym za chwilę. Wcześniej jeszcze kilka słów o Sopocie; Później, bo o 21.15. Zaraz po nim rozmowa z artystką.

W zapowiedziach programów pojawiają się leksemy **wartościujące**, co nie było charakterystyczną cechą poprzedniego typu, por.:

Nazwiska stale wymieniane w rankingach najlepszych i najchętniej słuchanych. Bez wątpienia największym wydarzeniem tego tygodnia będzie koncert jednego z najwybitniejszych tenorów na świecie.

Superlatywy występują w zajawkach z narratorem jako podstawowy nośnik waloryzacji, w zapowiedziach pojawia się ponadto stopniowanie względne i leksemy wartościujące wtórnie, por.:

Już za kilka minut rozpocznie się wyjątkowy koncert; Dwie znakomite gwiazdy; Dwójkowe propozycje filmowe to cenione i wybitne filmy polskich i zagranicznych reżyserów.

Bezpośrednie występowanie na ekranie i osobiste zaangażowanie prezentera w wypowiedzany tekst ewokuje też **emocjonalizację**. Emocje w zapowiedziach pojawiają się na poziomie osobistego podejścia do tekstu, czyli wrażenia, że mówi się „od siebie” to, co się czuje, por.:

Witam Państwa i cieszę się, że nowy tydzień zaczynamy razem; Dzisiaj ze smutkiem zauważyłam, że rozpoczął się ostatni tydzień wakacji.

W samej zaś strukturze wypowiedzi przejawem familiarności, czyli **skrócenia dystansu**, są kolokwialne porównania, frazeologizmy czy wreszcie potoczny, por.:

Zuccero czuje się w Polsce podobno jak ryba w wodzie; Ta gwiazda miała zdecydowanie dalej do nas. Przyleciała aż z Kanady. Nazywa się Garou i wzbudza szybsze bicie serc, zwłaszcza wśród damskiej części widowni.

Te cechy najbardziej różnicują zapowiedzi danych prezenterów. Luz, może nawet relacje koleżeńskie (ze względu na swój wiek) wprowadził do Jedyńki Tomasz Kamel; było to przełamanie istniejącego dotąd wizerunku Jedyńki jako stacji schematycznej, bezemocjonalnej, niczym z czasów paleotelewizji. Kierownictwo Niny Terentiew przyniosło stabilną obsadę prezenterów Dwójki, a ich indywidualny styl był wyraźny. Za najbardziej naturalną, co tu oznacza zbliżoną do percepcji programu przez widza i dobrze wyczuwającą grupę odbiorczą, najszybciej uznana została Agata Młynarska, w Jedynce zaś kimś takim jest dziś Tomasz Kamel. Zresztą jego predyspozycje medialne przełożyły się na prowadzenie teleturnieju, a nawet autorstwo programu (*Wykrywacz kłamstw*).

Formą podawczą zapowiedzi prezenterów poza krótkimi rekomendacjami i prezentacjami jest **opowiadanie** i znany już z pierwszego typu **opis**, por.:

Garou zanim zaczął utrzymywać się z tego, co jest jego pasją — z muzyki — zbierał winogrona. Był tragarzem, pracował jako przedstawiciel handlowy. Grał tylko nocą, bo tylko wtedy miał czas. A teraz śpiewa z Celine Dion.

W partiach narracyjnych zapowiedź najczęściej nie jest spójna z programem i nie nawiązuje do jego struktury, lecz staje się koherentna poprzez tematyzację — wspólny temat programu i pre-tekstu stanowi jego bohater, a nie związane z nim w programie wydarzenia.

Podobnie jak typ zajawek z narratorem, zapowiedzi operują leksemami wartościującymi, a z zajawkami z udziałem autora mają wspólną etykietę. O wszystkich zaś razem powiedzieć można, że tendencja jest taka, by podkreślić osobowość prezentera, a nie ją zagłuszyć, stąd odchodzenie od etykietalnych formuł dystansujących i przełamywanie oficjalności. Prezenterów Jedynki można określić: Tomasz Kamel — swobodny, kolokwialny; Magda Mołek — pracująca na swój wizerunek; Iwona Schymalla — elegancja i dystans. Obok funkcji **informacyjnej** zapowiedzi realizują jawnie funkcję **rekomendującą**.

Zapowiedzi fabularyzowane

Jednym z nowszych typów zajawek są zapowiedzi fabularyzowane z udziałem aktorów danego programu (rozpoznawalnych dla niego gwiazd). Charakterystyczną cechą struktury tych fabuł jest ich współlistnienie z fragmentami programów właściwych, konceptualnie zaś są one oparte na **żarcie** i **humorze**. Pojawiający się w zapowiedziach aktorzy ujawniają w przygotowanych dla nich tekstach także cechy właściwe im w serialu, filmie, magazynie. Marek Siudym jako Bogacki jest w zapowiedzi grubiański i ironizujący, a także — jak w sitcomie — nie lubi dzieci:

Trzeba mieć anielską cierpliwość. Ha, ha. My lubimy dzieci. Wszyscy lubią. Tatusiowie, dziadkowie uwielbiają dzieci! Czasami!

W zapowiedzi z udziałem Bogackiego nie prezentuje się *Lokatorów*, lecz w związku z przytoczonym fragmentem film o nieznosnym dziecku zatytułowany *Urwis*.

Kiedy dzieci prowadzące *Ziarno* zapowiadają inny program dla młodego widza, też wykorzystują swój program i swoje w nim role do zaaranżowania sytuacji wspólnej jemu i zapowiadанemu magazynowi. Jeśli więc krytykują one w zapowiedzi samolubstwo, mówiąc *Sobie, o sobie, dla siebie, sobą...* Oj, *nieładnie, nieładnie*, to odpowiedzią na to w zajawce z fragmentem filmu dla dzieci będzie właśnie kadr prezentujący zachowanie egoistyczne itd.

Występujący w roli lekarza w *Klanie* Andrzej Strzelecki w świątecznej zapowiedzi jest tak samo spokojliwy i serdeczny w swej bezradności jak w serialu. Kiedy więc

potrzeba lekarza dla bijących się w tle scenerii dzieci, sytuacja staje się dla widza oczywista. Jednak odpowiedzią jest zajawka i głos narratora:

Jest lekarz i to nie byle jaki. Shean Connery w roli geniusza, który w dzikiej dżungli znajduje lekarstwo na raka.

I tego rodzaju spójność pomiędzy zajawkami jest w tych blokach najbardziej typowa. Widz dość sprawnie znajduje się w szybkich zmianach typów pre-tekstów i — według pomysłodawców tychże — winien być mile zaskakiwany tymi powiązaniami.

Struktura zapowiedzi tego typu jest zatem zmienna, bo zależy od przyjętej fabuły i konceptu dla danego bloku. Są to zapowiedzi, których nie cechuje wysoka repetytywność. Towarzyszą one ważnym dla telewizji przedsięwzięciom, jak np. wyprodukowanemu przez telewizję serialowi (*Baobab, czyli zielono mi* z udziałem Katarzyny Skrzyneckiej i Piotra Polka), transmisji z rozdania Wiktorów (z udziałem Magdy Mołek i Macieja Stuhra) czy blokowi programów świątecznych (z udziałem Andrzeja Strzeleckiego i Pauliny Holtz).

W zapowiedziach tych także wyraziście daje o sobie znać cecha neotelewizji i współczesnej popkultury, czyli zamazanie świadomości tego, co się aktualnie ogląda — widz dostaje porcję obrazów i wiadomości, które sam winien uporządkować i wykorzystać w celach poznawczych. Zapowiedzi fabularyzowane pełnią funkcję **informacyjno-ludyczną**, rekomendacji jawnej tu nie ma, bo wartościowanie nie jest znaczącym elementem ich struktury. Pośrednio wszakże uczestnicy fabuł sami są rekomendacją programów telewizji publicznej. Specyfiką jest tu też potrójna dialogiczność — zapowiedzi jak każdy pre-tekst nawiązują do właściwego programu, kierowane są do projektowanego widza (choć nie ma w nich elementów fatycznych), a ponadto ich fabuła opiera się na dialogu, i to dialogu pełnym komizmu.

Inne teksty w funkcji paratekstualnej

Przodującym gatunkiem w telewizji, który spełnia funkcje paratekstowe, jest wywiad. To drugi z kolei typ tekstu, który ze wszech miar zwielokrotnia dialogiczność w tej funkcji: jest pre-tekstem programu właściwego, kieruje się w stronę widza (tu z elementami **fatycznymi**) i sam ma strukturę **dialogu** — tym razem przedstawiciela instytucji (lecz zaufanego publiczności, charyzmatycznego) z ważną dla emitowanego następnie programu osobą (reżyserem filmu, krytykiem teatralnym, scenarzystą, tłumaczem itp.). Najczytelniejsze w tej funkcji są wywiady Grażyny

Torbickiej, inicjujące każdy program z cyklu *Kocham Kino*, albo dialogi Tomasza Raczkę z Zygmuntem Kałużyńskim przed emisją kontrowersyjnych filmów. W tym ostatnim przypadku mamy do czynienia z zabiegiem typowym dla neotelewizji, czyli symultanicznym włączaniem widza w projekcję pod postacią sondażu telefonicznego *à propos* postawionego przez dyskutujących ekspertów problemu. Po emisji wyniki sondażu są prezentowane na ekranie i komentowane przez obu panów. Ze względu na charyzmatyczną postać Kałużyńskiego rozmowy te miały specyficznie zabarwioną ironią, autoironią i prowokacją konwencję. Przy nich wywiady Torbickiej wydawały się ujawniać literalnie przede wszystkim kompetencję obu rozmówców, a w formie zachowywały elegancję w swej oficjalności.

Jako że wywiady w funkcji pre-tekstów bezpośrednio poprzedzają emisję filmu, nie pełnią funkcji informacyjnej (co, gdzie, kiedy), ale skłaniają się ku funkcji **rekomendująco-poznawczej**, w niektórych odsłonach także rozrywkowej (co nie wyklucza emisji dramatu psychologicznego lub thrillera).

Jedyną cechą różnicującą wywiad w funkcji... od wywiadu jako gatunku publicystycznego jest **finalny sygnał delimitujący**, w którym prowadzący mówią: *Zapraszamy na spotkanie ze sztuką Mariusza Grzegorzka w filmie „Królowa aniołów”*. Ten **metatekst** ma swą funkcję finalizującą pre-tekst i inicjującą tekst właściwy, bo tematyzuje je oba. Bardzo prawdopodobne dziś już będzie, że między nimi pojawią się reklamy, inne pre-teksty czy telekonkursy.

Formą nawiązującą do tego typu pre-tekstów jest zapraszanie komentatorów, krytyków lub autorów do studia przed emisją programu i rozmowa z nimi w przerwie programu lub po jego zakończeniu, która ewokuje ich audytyryjność. Nasilenie podobnych sytuacji miało miejsce w redakcji sportowej, której studio wypełniało się gośćmi: komentatorami, trenerami, byłymi zawodnikami. Prowadzone z nimi rozmowy pełniły funkcję paratekstową. Apogeum — rzecz dzisiaj jasna — osiągnęły one w sezonie zimowym w czasie konkursów skoków z udziałem Adama Małysza. Ze względu na odnoszone sukcesy tego zawodnika i zdobytą tym sympatię spragnionych zwycięstw kibiców, a zatem popularność, pre-teksty relacji ze skoków cechowały się nienaturalną repetytywnością.

Podsumowanie

Tak zwane wstawki, czyli reklamy, pre-teksty, ankiety, sondaże, telekonkursy mają największą dynamikę wizualną i największą siłę przyciągania w obrębie strumienia (CASETTI, ODIN 1994: 129). To one generują naprawdę telewizyjny strumień i są jego siłą napędową. W miarę zbliżania się do telewizji komercyjnej rola wszelkich wstawek wzrasta (łącznie ze znakiem graficznym programu, logo i dżing-

Tabela 1
Charakterystyka pre-tekstów w polskiej neotelewizji publicznej

Typ pre-tekstu	Prymarna funkcja	Forma podawcza	Językowe uobecnianie nadawcy	Zwroty do odbiorcy	Rama delimitacyjna	Pozostałe właściwości językowe
Zajawka z narratorem	informacyjna	streszczenie, opis	brak	tykanie, imperatyw, redukcja dystansu	finalny slogan	zdania warunkowe, pytania, ciągi trójelementowe, superlatywy, magiczne słowa i nazwiska, wielki kwantyfikator
Zajawka z udziałem autora programu	rekomendująca	komentarz, pytania	l. os. l. poj. lub mn.	elementy fatyczne: <i>państwo</i> , podtrzymywanie dystansu	finalne zaproszenie i tytuł programu	anafory, indywidualizacja, metatekst, etykieta językowa, oficjalność, wielki kwantyfikator
Zapowiedź prezentera	informacyjno-rekomendująca	opis, opowiadanie	l. os. l. poj. lub mn.	elementy fatyczne: <i>państwo</i> , <i>ale także my</i> , redukcja dystansu	inicjujące powitanie i zaproszenie, finalne zaproszenie	etykieta językowa, mimo redukcji dystansu, związana z indywidualizacją i emocjonalizacją, metatekst, hierarchizacja tekstu, war-tościowanie
Zapowiedzi fabularyzowane	informacyjno-ludyczna	dialog	brak	brak	zależna od przyjętej koncepcji fabularnej	humor, luźny związek z programem
Wywiad w funkcji pre-tekstu	rekomendująco-poznawcza	dialog	l. os. l. poj. lub mn.	elementy fatyczne na dwóch poziomach	inicjujące powitanie, finalne pożegnanie i zaproszenie	etykieta językowa, metatekst, indywidualizacja

lami) — na nich spoczywa ciężar strukturyzacji strumienia (VERON 1983). Neotelewizja kontestuje pewną umowę obowiązującą w paleotelewizji. Może ona dotyczyć np. dość przejrzystego rozgraniczania gatunków telewizyjnych i, co ważne, rozpoznawania tychże. Ważniejsze jest dziś, by pozostawać **w kontakcie**, który telewizja próbuje podtrzymywać, zwłaszcza przez różnorodność paratekstów. Może nawet ważniejsza jest tu ich repetytywność i wzrastające wrażenie wszechobecności oraz traktowanie każdego programu telewizyjnego jako koniecznego do obejrzenia. Stąd implikowana przesłanka: „Nie ma programów nieważnych, w każdym każdy widz znajdzie coś, czego oczekuje”.

Ostatecznie nie my wybieramy elementy strumienia telewizyjnego, ale to medium uczestniczy w codziennym życiu człowieka. Formuła biesiadowania, którą proponuje telewizja, jest przez to bardzo szeroka: widz przed telewizorem zaprasza scenerię telewizyjną do siebie, medium zaś odpowiada zmniejszeniem dystansu, by poczuł on pozytywną reakcję na owo zaproszenie. W domach wszakże pojawiają się kolejne odbiorniki, do wspólnego biesiadowania bowiem samych widzów droga daleka. Możliwości, jakie dała wielość emitujących stacji, zantagonizowała odbiorców w ramach jednej rodziny, tak że koniecznością stało się posiadanie kolejnych odbiorników w celu uniknięcia notorycznych negocjacji i kompromisów jednych członków rodziny na rzecz drugich. Wygodniej i nawet niedrogo jest zaopatrzyć się w drugi odbiornik, wszak nie jest to już towar luksusowy. W takiej sytuacji biesiaduje widz (w liczbie pojedynczej!) ze strumieniem, chyba że za uczestnika biesiady uznany zostanie pilot, dzięki któremu udostępniamy siebie różnym spotkaniom odbywającym się w telewizyjnych studiach w tym samym czasie (por. zjawisko zappingu). W istocie uczestniczymy w zaniku pewnego modelu komunikowania i w zastępowaniu go modelem powierzchownym, energetycznym, aspołecznym (CASSETTI, ODIN 1994: 133).

Literatura

- BANASZKIEWICZ K., 1994: *O człowieku uniwersalnym, człowieku kontekstu i reklamie telewizyjnej*. W: GWÓŹDŹ A., red.: *Prędkość i przyjemność. Kino i telewizja w dobie symulacji elektronicznej*. Kielce.
- CASSETTI F., ODIN R., 1994: *Od paleo-doneo-telewizji. Wperspektywie semiopragmatyki*. W: GWÓŹDŹ A., oprac.: *Po kinie?... Audiowizualność w epoce przekazników elektronicznych*. Kraków.
- ECO U., 1994: *Drugie zapiski na pudełku od zapalek*. Poznań.
- FEUER J., 1997: *Telewizja na żywo: antologia jako ideologia*. W: GWÓŹDŹ A., red.: *Pejzaże audiowizualne. Telewizja, wideo, komputer*. Kraków.
- FIOŁEK-LUBCZYŃSKA B., 2002: *Rozchwytywanie telewizyjnych struktur tekstowych przez reklamy*. W: MICHAŁEWSKI K., red.: *Tekst w mediach*. Łódź.

- GENETTE G., 1992: *Palimpsesty. Literatura drugiego stopnia*. MILECKI A., tłum. W: MARKIEWICZ H., red.: *Współczesna teoria badań literackich zagranicą*. T. 4. Kraków.
- GODZIC W., 1999: *Zrozumieć telewizję*. Kraków.
- LOEWE I., 1997: *Reklama zaprasza do gry, czyli czym, jak i o co gra się w tekście reklamowym*. W: JĘDRZEJKO E., ŻYDEK-BEDNARCZUK U., red.: *Gry w języku, kulturze i literaturze*. Katowice.
- LOEWE I., 2001: *Stylistyczny aspekt tekstu perswazyjnego*. W: WITOSZ B., red.: *Stylistyka a pragmatyka*. Katowice.
- LOEWE I., 2004a: *Paratekstualność i wielostylowość noty redakcyjnej*. W: RUSZKOWSKI M., red.: *Wieloznaczność i wielostylowość w stylistyce*. Kielce.
- LOEWE I., 2004b: *Parateksty, pre-teksty, czy możliwe paragatunki?* W: OSTASZEWSKA D., red.: *Gatunki mowy i ich ewolucja*. T. 2: *Gatunek a tekst*. Katowice.
- MICZKA T., 2000: *Nowoczesność jako konieczność bycia ponowoczesnym*. (*»Differentia specifica«* dzisiejszej komunikacji społecznej). W: TRAMER M., BĄK A., red.: *Nowoczesność*. Katowice.
- PORCZAK A., 2003: *Medialna dyspersja wyobraźni*. W: *O.pl Polski Portal Kultury*. <http://magazyn.o.pl/artykul/18/2.html>.
- VERON E., 1983: *Il est là, je le vois, il me parle*. „Communications”, 38.